

Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni

Approvato con deliberazione del Consiglio camerale n. 20 in data 20 dicembre 2017

Art. 1 – Finalità

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione, in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997 e dell'art. 19 del d. lgs. n. 50/2016.
2. Lo scopo del Regolamento è quello di favorire l'innovazione dell'azione amministrativa e realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per favorire la sinergia tra pubblico e privato nel perseguimento e nella realizzazione dell'interesse pubblico del territorio, attraverso una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
3. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione dell'organizzazione dell'Ente e a realizzare di maggiori economie, da destinare in parte al finanziamento di altre iniziative istituzionali.

Art. 2 – Contenuti e destinatari

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con imprese ed enti di natura privatistica nonché con associazioni senza fini di lucro, anche non riconosciute ma costituite con atto notarile, le cui finalità statutarie non contrastino con i fini istituzionali degli enti camerali, per realizzare o acquisire a titolo gratuito beni, servizi, prestazioni, o corrispettivi monetari correlati alle attività inserite nei programmi camerali di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un'economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 3 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende:
 - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale la Camera valdostana delle imprese e delle professioni, d'ora in avanti Chambre valdôtaine, (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione e/o a pagare un determinato corrispettivo, la possibilità di pubblicizzare la propria

- ragione/denominazione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari resi disponibili anche in occasione dell'organizzazione di specifici eventi;
- b) per "sponsor": il soggetto privato che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
 - c) per "sponsorizzazione": ogni contributo fornito dallo sponsor in beni, servizi, prestazioni o corrispettivi monetari, allo scopo di promuovere la propria impresa, denominazione/ragione sociale e/o marchio aziendale;
 - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dalla Chambre valdôtaine per la pubblicità dello sponsor.

Art. 4 - Iniziative sponsorizzabili - Ricerca di sponsor

1. La Giunta, sulla base di quanto previsto al secondo comma dell'art.1, definisce annualmente con propria deliberazione, nell'ambito degli obiettivi individuati nei documenti di programmazione, l'elenco di massima delle iniziative camerali per il cui finanziamento o realizzazione ritiene ammissibile il ricorso a sponsorizzazioni.
2. Detto elenco è tempestivamente pubblicato sul sito istituzionale dell'Ente all'inizio di ciascun anno.
3. Il Dirigente competente, secondo il settore o l'attività sponsorizzata, provvede con propria determinazione alla predisposizione e alla pubblicità di un avviso di ricerca sponsor in relazione alla singola iniziativa previamente individuata dalla Giunta camerale come sponsorizzabile.
4. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente nei conti di budget. A titolo esemplificativo e non esaustivo gli spazi pubblicitari messi a disposizione possono essere:
 - inserzioni su pubblicazioni camerali;
 - spazi su portali web della Camera di commercio;
 - spazi su materiale divulgativo, manifesti , inviti, informative;
 - spazi in occasione di eventi, convegni, seminari organizzati dalla Camera di commercio;
 - apposizione di materiale informativo (brochure, depliant, guide) presso punti specificatamente individuati all'interno degli uffici camerali.
5. La Chambre valdôtaine, previa valutazione di convenienza sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, può affidare il servizio di ricerca degli sponsor a soggetti da individuare tramite le procedure previste per gli appalti di servizi previste dal d. lgs. n. 50/2016.

Art. 5 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor

1. La scelta dello Sponsor è effettuata nel rispetto della normativa vigente , in particolare dei principi contenuti nell'articolo 19 del d.lgs. 50/2016 – Codice degli appalti.
2. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura comparativa con

- pubblicazione di apposito avviso.
3. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione nell'Albo camerale on line, inserimento nel sito internet, invio alle associazioni di categoria, invio ad altri soggetti che si ritiene possano essere interessati o abbiano manifestato precedentemente il proprio interesse e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
 4. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
 - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato" o progetto di sponsorizzazione;
 - b) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
 - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
 - d) la possibilità di ammettere più soggetti a concorrere congiuntamente all'affidamento del contratto di sponsorizzazione. In questo caso l'avviso dovrà indicare il numero massimo di soggetti che potranno essere coinvolti e l'importo totale del contratto di sponsorizzazione sarà a carico di tutti in parti uguali e ognuno singolarmente sarà tenuto agli adempimenti posti a carico degli sponsor.
 5. L'offerta deve essere presentata in forma scritta dal legale rappresentante e, di regola, indica:
 - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
 - b) il "valore normale" dei beni, servizi, delle prestazioni e/o i corrispettivi monetari che si intendono offrire a titolo di sponsorizzazione;
 - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato o progetto di sponsorizzazione.
 6. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni riferite al/ai rappresentante/i legali: l'inesistenza delle cause di esclusione di cui all'articolo 80 del d.lgs. 50/2016 o di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
 - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
 - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
 - di non agire in rappresentanza di organizzazioni di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
 - l'inesistenza di conflitti di interesse;
 - essere in regola con il pagamento del diritto annuale, se dovuto.
 7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da apposita Commissione nominata dal Dirigente competente secondo il settore o l'attività sponsorizzata e composta da un Dirigente camerale e due dipendenti di cat. D. La Commissione redige un verbale ed elabora una graduatoria qualora siano pervenute più offerte valide. L'aggiudicazione può essere fatta sulla base del miglior prezzo offerto ovvero dell'offerta economicamente più conveniente secondo i criteri preventivamente definiti nell'avviso pubblico.
 8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Dirigente del settore che ha attivato e gestito la procedura di sponsorizzazione e di scelta dello sponsor; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione

dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

Art.6.- Offerte spontanee di Sponsorizzazione

1. il Dirigente competente, previa deliberazione della Giunta per il caso che la stessa riguardi un'iniziativa non inserita nell'elenco di cui all'art. 4, comma 1, predispone apposito avviso pubblico, in cui è posto come importo minimo a base di selezione quello offerto spontaneamente, che preveda, nel caso di previsione di esclusiva a favore del miglior offerente, il diritto dell'offerente originario di essere preferito a parità di offerta.
2. Alla pubblicazione dell'avviso segue l'espletamento della selezione dello sponsor, terminata la quale, all'originario offerente è riservata la facoltà di adeguare, entro un termine prestabilito nell'avviso di selezione, la propria proposta a quella giudicata più conveniente dall'Amministrazione. In questo caso, l'offerente originario, in forza di prelazione, è dichiarato affidatario.

Art. 7 – Contratto di sponsorizzazione

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
 - a) l'oggetto del contratto;
 - b) il valore della sponsorizzazione;
 - c) la forma di corrispettivo e le modalità di pagamento;
 - d) la durata del contratto;
 - e) gli impegni e/o obblighi dello sponsee;
 - f) le modalità della veicolazione pubblicitaria della denominazione/ragione sociale e/o marchio dello sponsor da parte dello sponsee;
 - g) gli impegni e/o obblighi dello sponsor;
 - h) l'eventuale diritto di "esclusiva";
 - i) il recesso;
 - j) l'inadempimento e la risoluzione del contratto;
 - k) la risoluzione delle controversie relative all'esecuzione del contratto;
 - l) le spese.
2. Il mancato o parziale pagamento del corrispettivo sarà causa di decadenza, ipso iure, dell'affidamento, fatto salvo il risarcimento di ogni maggiore danno.

Art. 8 – Utilizzo dei proventi e dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni

1. I proventi delle sponsorizzazioni sono finalizzati al perseguimento di interessi pubblici e a migliorare la qualità dei servizi prestati.
2. Le risorse acquisite dall'Ente a titolo di corrispettivo delle sponsorizzazioni, al netto di costi eventualmente sostenuti dall'ente per la veicolazione pubblicitaria, che vanno ad abbattere o a coprire i costi di iniziative e attività camerali, ovvero i minori oneri sostenuti per l'acquisto di beni, servizi o la realizzazione di opere, per effetto del ricorso alla sponsorizzazione, sono considerati risparmi di spesa, da utilizzare per le seguenti finalità:
 - a) nella misura del 50% sono destinate al finanziamento di altre iniziative

- istituzionali secondo le indicazioni del bilancio;
b) la restante quota del 50% costituisce economia di bilancio.

Art. 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni

1. La Chambre valdôtaine, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
 - a) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
 - b) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;

Art. 10 – Trattamento dei dati personali

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste, ai sensi del d. lgs. 196/2003 e s.m.i..
2. Titolare del trattamento dei dati è la Chambre valdôtaine.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici camerali tenuti all'applicazione del presente regolamento.
4. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del regolamento.

Art. 11 – Rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto nel presente regolamento si fa rinvio alle norme vigenti.